

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK DI BANDA ACEH**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum**



Oleh :

NAMA	: NABILAH
NPM	: 2301110138
PROGRAM STUDI	: ILMU HUKUM
BAGIAN	: HUKUM PERDATA

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2026**

Telah disetujui

Untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh

Judul Skripsi

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA
EKSPEDISI ATAS KERUSAKAN DAN KETERLAMBATAN
BARANG (Suatu Penelitian di PT. Citra Van Titip Kilat (TIKI)
Peunayong Banda Aceh)**

Banda Aceh, 28 Juli 2026
Pembimbing



Trio Yusandy, S.H., M.Kn

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI *MARKETPLACE* FACEBOOK
DI BANDA ACEH**

Oleh

Nama Mahasiswa : Nabilah
No. Mahasiswa : 2301110138
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Perdata

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji,
Pada Tanggal 20 Agustus 2026
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

- 
1. Ketua : Dr. Mainita, S.H., M.H.Kes.
 2. Sekretaris : Trio Yusandy, S.H., M.Kn.
 3. Pembimbing/Penguji I : Dr. M. Thaib Zakaria, S.H., M.H.
 4. Penguji II : Dr. Irfan Iryadi, S.H., M.K.n.
 5. Penguji III : Nora Mia Azmi, S.H., M.H.

()
()
()
()
()

Banda Aceh, 31 Agustus 2026
Universitas Muhammadiyah Aceh
Dekan Fakultas Hukum



Dr. Mainita, S.H., M.H.Kes



ABSTRAK

NABILAH
2026

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL
BELI MELALUI MARKETPLACE
FACEBOOK DI KOTA BANDA ACEH

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh
(v, 55) pp., bibl.

Dr. Thaib Zakaria, S.H., M.H.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang hak-hak konsumen terdapat 8 (delapan) hak. Namun, dalam praktiknya, masih terdapat pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, masih banyak konsumen di Kota Banda Aceh yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli, khususnya melalui *marketplace facebook*, seperti menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, tidak memperoleh informasi yang lengkap, hingga kesulitan memperoleh ganti rugi ketika terjadi wanprestasi atau penipuan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara norma hukum yang mengatur mengenai perlindungan konsumen dengan pelaksanaannya di lapangan.

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli melalui *marketplace facebook* di Kota Banda Aceh, kendala dalam pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace Facebook* di Kota Banda Aceh dan upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen dalam transaksi jual-beli melalui *marketplace facebook* di Kota Banda Aceh.

Penelitian ini menggunakan metode *yuridis empiris*. Data dalam penelitian ini skripsi ini diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian lapangan kepustakaan (*Field Research*) untuk memperoleh data sekunder dengan mengkaji peraturan perundang-undangan, buku-buku, dan pendapat para ahli hukum yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Sedangkan penelitian kepustakaan (*library research*) dimaksudkan untuk memperoleh data primer dengan mewawancarai responden dan informan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa, perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kendala dalam perlindungan terletak pada ketidaktahuan konsumen terhadap peraturan yang mengatur mengenai hak konsumen dan upaya yang dilakukan untuk konsumen adalah dengan melakukan upaya pencegahan serta upaya penyelesaian.

Disarankan agar *facebook* meningkatkan perlindungan konsumen melalui penguatan sistem keamanan, verifikasi identitas penjual, serta penyediaan fitur pendukung seperti rating, ulasan, dan mekanisme transaksi yang lebih aman. Di sisi lain, konsumen perlu lebih berhati-hati dalam bertransaksi dengan memastikan kredibilitas penjual, memahami hak-haknya sebagai konsumen, serta meningkatkan literasi digital untuk meminimalkan risiko penipuan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul **Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Marketplace Facebook di Banda Aceh** dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tidak lupa selalu tercurahkan kepada pangkuan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi ini di maksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak.

Serta dengan kerendahan hati pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak / Ibu:

1. Bapak Dr. Thaib Zakaria, S.H., M.H., selaku pembimbing yang selalu menyediakan waktu untuk memberikan masukan dan sarannya. Semoga beliau diberikan kemudahan karir dan kesehatan.
2. Ibu Dr. Mainita, S.H., M.H.tKes., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Ibu Nora Mia Azmi, S.H., M.H., selaku dosen wali yang telah banyak memberikan bimbingan akademik dan nasehat-nasehat dalam

menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.

4. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat

Ucapan teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Usman Yakub dan Ibunda Fitriyani, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, doa, kasih sayang, dan motivasi dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dukungan, serta doa yang tidak pernah putus. Setiap pencapaian penulis hingga tahap ini tidak terlepas dari perjuangan dan kasih sayang Ayah dan Ibu. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, umur panjang, serta membalas segala kebaikan dan pengorbanan Ayah dan Ibu dengan pahala dan keberkahan yang berlipat ganda.

Kepada abang tercinta, Noufal Rodhi, terima kasih atas segala perhatian, dukungan, nasihat, dan semangat yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih telah menjadi sosok abang yang selalu memberikan dorongan dan menjadi salah satu tempat penulis mendapatkan kekuatan dalam menyelesaikan pendidikan ini. Semoga segala kebaikan dan dukungan yang diberikan menjadi amal baik yang senantiasa mendapat balasan terbaik dari Allah SWT.

Kepada adik-adik tersayang, Nabil Falah dan Faras Khozi, terima kasih atas kasih sayang, keceriaan, serta dukungan yang secara langsung maupun tidak langsung telah menjadi penyemangat bagi penulis. Kehadiran kalian menjadi warna tersendiri dalam perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini. Semoga

kalian selalu diberikan kemudahan dalam setiap langkah dan dapat meraih cita-cita yang diimpikan.

Kepada kawan seperjuangan, Dara Geubrina dan Najwa Humaira, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, semangat, cerita, tawa, dan dukungan yang telah kita lalui bersama. Kalian menjadi bagian dari perjalanan yang tidak akan penulis lupakan. Semoga perjuangan ini menjadi kenangan indah dan semoga kita semua meraih kesuksesan di jalan masing-masing.

Terakhir, kepada diri sendiri, terima kasih telah bertahan dan terus melangkah sejauh ini. Terima kasih telah berusaha, belajar, bangkit, dan menyelesaikan apa yang telah dimulai, meskipun perjalanan ini tidak selalu mudah. Skripsi ini menjadi bukti bahwa setiap proses memiliki arti dan bahwa diri ini mampu melewati berbagai hal yang terasa berat. Semoga langkah ke depan semakin kuat dan diri ini tidak pernah berhenti untuk menjadi lebih baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 27 Juli 2026

Nabilah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian.....	5
D. Metode Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM MARKETPLACE FACEBOOK	
A. Pengertian Perlindungan Hukum dan Bentuknya	12
B. Perlindungan Konsumen.....	16
C. Pengertian <i>E-Commerce Facebook</i>	22
D. Teori Perjanjian Jual Beli.....	25
BAB III TINJAUAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK DI KOTA BANDA ACEH	
A. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui <i>Marketplace Facebook</i>	30
B. Kendala Dalam Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui <i>Marketplace Facebook</i>	36
C. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui <i>Marketplace Facebook</i>	31
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Seiring dengan kemajuan masyarakat dan teknologi, penggunaan alat alat teknologi digital semakin meluas, termasuk dalam hal interaksi antar individu. Hampir semua aktivitas perekonomian di seluruh dunia, terutama di Indonesia, kini memanfaatkan media internet dan sistem elektronik. Salah satu elemen penting dari aktivitas ekonomi ini adalah transaksi jual beli yang dilakukan secara daring, yang lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*.¹

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) kini sudah mereformasi perdagangan konvensional, dimana interaksi antara konsumen dengan pelaku usaha yang sebelumnya dilakukan secara langsung, yang dengan adanya perdagangan elektronik, kini menjadi interaksi yang tidak langsung. Pandangan bisnis klasik juga semakin berubah seiring dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen dalam dunia virtual. Perdagangan yang digunakan dalam *e-commerce* dibuat guna mendapatkan kesepakatan antara penjual dan pembeli secara daring atau online. Kesepakatan ini dibuat pada saat barang dibeli hingga sampai langsung ke tangan konsumen. Pengertian daripada *e-commerce* juga tertuang dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) No. 11 Tahun 2008 yang mengatur, “Transaksi Elektronik adalah

¹ Roberto Ranto, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik,” *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA* 2, no. 2, 2019. Hlm, 146.

perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya”.

Perdagangan yang dijalankan secara online pada umumnya dapat disamakan dengan perdagangan yang dilakukan secara langsung (konvensional) karena sama-sama mengandung asas konsensualisme yaitu sebagai perantara antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Perbedaan utama antara transaksi yang dilakukan di sini yaitu media yang digunakan. Secara umum, transaksi tradisional dijalankan secara langsung serta dilakukan secara perlahan, sedangkan transaksi online dijalankan menggunakan internet sebagai medianya. Transaksi online disini juga dapat dilakukan kapan dan dimana saja apabila kita sudah terhubung dengan internet.

Facebook merupakan salah satu media sosial yang sangat banyak digunakan pada era digital saat ini. Dengan banyaknya pengguna *facebook*, interaksi antara sesama pengguna dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. *Facebook* juga memiliki fitur yang disebut *marketplace*, *marketplace* merupakan wadah untuk melakukan kegiatan jual beli online. *Marketplace* memerlukan media internet dan perangkat elektronik, sehingga memungkinkan transaksi dilakukan tanpa harus bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli. Namun, aplikasi *facebook* dalam fitur *marketplace* hanya menyediakan sarana untuk melakukan transaksi, tanpa menyediakan fasilitas pengiriman barang atau pembayaran. Oleh karena itu, pengguna yang bertransaksi melalui *marketplace* harus mengatur proses pembayaran dan pengiriman barang sesuai kesepakatan, tanpa adanya jaminan keamanan dari pihak *facebook*.

Fitur *marketplace* di *facebook* memiliki sejumlah kekurangan yang dapat memicu masalah hukum bagi penggunanya. Salah satu permasalahan yang sering terjadi adalah konsumen menerima barang cacat atau rusak setelah transaksi selesai. Platform ini tidak menyediakan fitur pengembalian barang atau mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas, sehingga penyelesaian masalah menjadi sangat terbatas. Penjual kerap menolak bertanggung jawab atas barang yang tidak sesuai standar atau harapan konsumen, yang pada akhirnya merugikan konsumen tanpa solusi yang memadai untuk memperoleh ganti rugi atau pengembalian dana.

Perlindungan konsumen merupakan aspek integral dalam bisnis yang sehat, di mana perlindungan hukum yang seimbang antara penjual dan konsumen menjadi faktor penting. Ketidakseimbangan perlindungan hukum tersebut dapat berdampak negatif bagi konsumen, baik sebagai akibat dari hubungan hukum antara penjual dan konsumen yang tidak adil maupun pelanggaran hukum yang dilakukan oleh penjual, oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam hubungan bisnis menjadi hal yang sangat penting.

Mengapa pentingnya perlindungan konsumen menjadi signifikan, mengingat konsumen umumnya berada dalam posisi yang lebih rentan atau dapat dirugikan dalam transaksi jual beli. Perlindungan hukum atas konsumen dilaksanakan berdasarkan asas-asas perlindungan konsumen yang sebagaimana dasar dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen adalah sebagai berikut “Perlindungan konsumen berasaskan mamfaat, kepastian, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan

keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.” Sedangkan dalam Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang memuat salah satunya adalah kegiatan mengenai jual beli dalam media internet Pasal 1 ayat 2 UU ITE yang berbunyi “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”.

Perhatian utama bagi konsumen yang melakukan transaksi pembelian di *e-commerce* adalah risiko penipuan, seperti penjual yang tidak memberikan informasi lengkap dan akurat mengenai produk yang dijual atau penjual yang tidak mengirim barang setelah pembeli melakukan pembayaran. Dalam hal ini, penting bagi pembeli sebagai konsumen untuk memperoleh perlindungan hukum yang dalam transaksi jual beli di *marketplace facebook*.

Dengan adanya permasalahan tersebut, diperlukan suatu payung hukum yang dapat melindungi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli di *marketplace facebook*. Hal ini penting untuk memastikan bahwa konsumen dapat memperoleh perlindungan dari kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha di aplikasi tersebut. Berdasarkan permasalahan di atas, maka menarik untuk dikaji dan dianalisis lebih dalam mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace facebook* di Kota Banda Aceh dengan rumusan masalah sebagai berikut:

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli melalui *marketplace facebook* di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana kendala dalam pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace Facebook* di Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen dalam transaksi jual-beli melalui *marketplace facebook* di Kota Banda Aceh?

C. Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari pembahasan masalah yang tidak terarah dan agar penulisan pokok penelitian dapat tercapai, maka ruang lingkup penelitian ini termasuk dalam bagian hukum perdata yang pembahasannya dibatasi mengenai **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Marketplace Facebook* di Kota Banda Aceh”**.

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka tujuan dilakukan penelitian ini Adalah:

1. Untuk menjelaskan perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli melalui *marketpklace facebook* di Kota Banda Aceh.
2. Untuk menjelaskan kendala dalam pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace Facebook* di Kota Banda Aceh.

3. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen dalam transaksi jual-beli melalui marketplace facebook di Kota Banda Aceh.

D. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe normatif dan empiris yaitu kombinasi dari penelitian hukum normatif dan penelitian hukum sosiologis empiris:

- a. Penelitian hukum normatif adalah penelitian bahan pustaka atau data-data sekunder yang mencakup bahan hukum primer seperti peraturan perundang undangan dan bahan hukum sekunder seperti hasil penelitian, buku-buku yang berkaitan dengan hasil penelitian ini, dan sebagainya.
- b. hukum sosiologis/empiris adalah penelitian terhadap data primer lapangan atau terhadap masyarakat.²

2. Defenisi Operasional

- a. Perlindungan berasal dari kata dasar lindung yang berarti konservasi, pemeliharaan, penjagaan, asilun, dan bunker. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi.

² Aswanto, "Pertanggungjawaban Medis Terhadap Terjadinya Abortus Provokatus Criminalis", *Penelitian Hukum*, Vol. 1, No. 3, 2012, hlm. 392.

- b. Jual beli adalah suatu persetujuan yang mengikat pihak penjual berjanji menyerahkan sesuatu barang/benda, dan pihak lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga.
- c. Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi dan juga bisa berarti sebagai pemakai jasa. Merujuk pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
- d. *Marketplace* merupakan platform berupa aplikasi atau website sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli secara mudah dan cepat serta tidak perlu bertemu langsung. Pemilik *marketplace* tidak bertanggung jawab atas produk maupun jasa yang diperjual belikan.

3. Lokasi dan Populasi Penelitian

a. Lokasi

Lokasi penelitian menunjukkan pada pengertian tempat atau lokasi sosial penelitian yang dicirikan oleh adanya tiga unsur yaitu, pelaku, tempat dan kegiatan yang dapat diobservasi.³ Unsur tempat atau lokasi adalah tempat dimana berlangsungnya penelitian tersebut. Lokasi penelitian bertempat di kota Banda Aceh.

³ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011, hlm. 43.

b. Populasi

Populasi merupakan sejumlah manusia atau unit yang mempunyai ciri-ciri atau karakteristik yang sama dengan yang ingin diteliti.⁴ Populasi dalam penelitian ini terdiri dari : konsumen atau pembeli pada marketplace facebook di kota Banda Aceh, penjual pembeli pada marketplace facebook di kota Banda Aceh dan Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA).

4. Cara Penentuan Sampel

Sampel adalah himpunan bagian atau merupakan sebagian dari populasi penelitian.⁵ Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling (kelayakan), yaitu pengambilan sampel dengan cara mengambil atau menentukan beberapa orang saja dari keseluruhan populasi yang ada yang diperkirakan dapat memberikan data yang akurat untuk penelitian yang dilakukan. Metode purposive sampling ini dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang akan diambil di dalam penelitian serta diambilnya sampel-sampel tersebut adalah berdasarkan tujuan-tujuan tertentu.⁶ Adapun responden dan informan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Responden

1. Pembeli pada marketplace facebook di kota Banda Aceh sebanyak 2 (dua) orang.

⁴ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2023, hlm. 171.

⁵ Bambang Sunggono. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, hlm, 118.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm, 85.

2. Penjual pada marketplace facebook di kota Banda Aceh sebanyak 2 (dua) orang

b. Informan

1. Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA) sebanyak 1 (satu) orang.

5. Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data-data yang relevan.⁷ Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang dilengkapi dengan bahan-bahan non hukum yang terdiri dari peraturan perundang undangan, buku-buku, jurnal, surat kabar, pendapat ahli, artikel dari internet dan lain-lain.⁸ Adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan terbagi atas dua bagian yaitu:

a. Data Primer

Data primer yaitu diperoleh melalui teknik wawancara dengan mengumpulkan data secara langsung melalui tanya jawab berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan melakukan wawancara secara tidak terstruktur untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan.

b. Data Sekunder

Data skunder yang diperoleh melalui teknik dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan mempergunakan dokumen-dokumen, catatan-

⁷ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : Rineka Cipta, 2004, hlm. 87.

⁸ Soekanto dan Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta: Rajawali Press, 2013, hlm. 229.

catatan, laporan-laporan, buku-buku, media elektronik dan bahan-bahan yang relevan dengan permasalahan.

6. Cara Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan yang bersifat mentransformasikan data menjadi informasi.⁹ Data yang diperoleh melalui studi dokumen dan wawancara akan dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif yaitu dengan menguraikan, menjelaskan dan menggambarkan mengenai permasalahan dalam penelitian ini.¹⁰

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini dibagi kedalam 4 Bab, yang membahas sesuai dengan isi dari skripsi ini. Adapun ke-4 Bab tersebut antara lain sebagai berikut: Untuk lebih jelas dan terarahnya penulisan skripsi ini, maka akan dibahas dalam bentuk sistematika, yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab II berjudul Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen Dalam *Marketplace Facebook*, Pada bab kedua ini berisikan pembahasan mengenai Pengertian Perlindungan Hukum dan Bentuknya, Perlindungan Konsumen, Pengertian *E-Commerce Facebook* dan Teori Kepastian Hukum dan Keadilan.

⁹ Nur Solikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Pasuruan: Qiaran Media, 2019, hlm. 129.

¹⁰ Sugiyono, *Op.cit*, hlm. 22.

Bab III Tinjauan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Marketplace Facebook* di Kota Banda Aceh. Bab ini memuat tentang Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Marketplace Facebook*, Kendala Dalam Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Marketplace Facebook* dan Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui *Marketplace Facebook*.

Bab IV Penutup, memuat tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.



BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM *MARKETPLACE FACEBOOK*

A. Pengertian Perlindungan Hukum dan Bentuknya

Menurut Soedjono Dirdjosisworo bahwa pengertian hukum dapat dilihat dari delapan arti, yaitu hukum dalam arti penguasa, hukum dalam arti para petugas, hukum dalam arti sikap tindakan, hukum dalam arti sistem kaidah, hukum dalam arti jalinan nilai, hukum dalam arti tata hukum, hukum dalam arti ilmu hukum, hukum dalam arti disiplin hukum. Beberapa arti hukum dari berbagai macam sudut pandang yang dikemukakan oleh Soedjono Dirdjosisworo menggambarkan bahwa hukum tidak semata-mata peraturan perundang-undangan tertulis dan aparat penegak hukum seperti yang selama ini dipahami oleh masyarakat umum yang tidak tahu tentang hukum. Tetapi hukum juga meliputi hal-hal yang sebenarnya sudah hidup dalam pergaulan masyarakat.¹¹

Secara umum, perlindungan berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah. Dengan demikian, perlindungan hukum dapat diartikan dengan segala upaya pemerintah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada warga negaranya agar hak- haknya sebagai seorang warganegara tidak

¹¹ Soedjono Dirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018, hlm. 25-43.

dilanggar, dan bagi yang melanggarnya akan dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Pengertian perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

Menurut Sudikno Mertokusumo menyebutkan bahwa perlindungan hukum dalam arti sempit yaitu sesuatu yang diberikan kepada subjek hukum dalam bentuk perangkat hukum, baik yang bersifat preventif maupun represif, serta dalam bentuk yang tertulis maupun tidak tertulis. Dalam pengertian yang lain perlindungan hukum dapat diinterpretasikan sebagai refleksi dari peran hukum dalam menciptakan kedamaian bagi berbagai kepentingan individu dalam Masyarakat secara keseluruhan. Sementara itu, perlindungan hukum dalam konteks yang lebih luas mencakup semua entitas hidup dan semua karya ciptaan tuhan, serta dimanfaatkan bersama dalam upaya menciptakan kehidupan yang adil dan harmonis.¹²

Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan

¹² Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum: Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, 2003, hlm. 90.

ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.¹³

Menurut Hetty Hasanah perlindungan hukum yaitu merupakan segala upaya yang dapat menjamin adanya kepastian hukum, sehingga dapat memberikan perlindungan hukum kepada pihak-pihak yang bersangkutan atau yang melakukan tindakan hukum.¹⁴

Suatu perlindungan dapat dikatakan sebagai perlindungan hukum apabila mengandung unsur-unsur sebagai berikut:¹⁵

- a. Adanya penganyoman dari pemerintah terhadap warga negaranya.
- b. Jaminan kepastian hukum.
- c. Berkaitan dengan hak-hak warga negara.
- d. Adanya sanksi hukuman bagi pihak yang melanggar.

Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:¹⁶

1. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundangundangan dengan maksud untuk mencegah suatu

¹³ Setiono, *Rule of Law*, Surakarta: Disertasi S2 Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, 2004, hlm. 3.

¹⁴ Hetty Hasanah, "Perlindungan Konsumen dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen atas Kendaraan Bermotor dengan Fidusia", *Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)*, Vol. 3, No. 1, 2004.

¹⁵ Nuktoh Arfawie Kurdi, *Telaah Kritis Teori Negara Hukum*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005, hlm. 19.

¹⁶ Muchsin dan Fadillah Putra. *Hukum dan Kebijakan Publik*. Surabaya: Averroes Press, 2002, hlm. 14.

pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif “merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu” pelanggaran.

Menurut Philipus M. Hadjon, bahwa sarana perlindungan Hukum ada dua macam, yaitu:¹⁷

1. Perlindungan hukum preventif, pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah hati-hati dalam mengambil keputusan dan mencegah terjadinya sengketa.
2. Perlindungan hukum represif, perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan

¹⁷ M. Hapjon Philipus, *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987, hlm, 1-2.

kewajiban masyarakat dan pemerintah. Pada sarana represif korban dapat meminta ganti kerugian baik dalam segi perdata maupun korban kejahatan tindak pidana.

B. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Istilah mengenai konsumen dan hukum perlindungan konsumen cukup sering terdengar, A Z Nasution menjelaskan bahwa kedua istilah itu berbeda, yaitu bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen. Hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan hukum perlindungan konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan.¹⁸

Pada dasarnya baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak) konsumen. Bagaimana hak konsumen itu diakui dan diatur di dalam hukum dan bagaimana ditegakkan dalam praktik hidup bermasyarakat, itulah yang menjadi materi pembahasannya.

¹⁸ Nasution Az, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, Jakarta: Penerbit Diadit Media, 2004, hlm. 22.

Hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya. Ada sebagian pakar mengatakan bahwa hukum konsumen tergolong sebagai cabang hukum ekonomi. Penggolongan demikian dapat dibenarkan karena masalah yang diatur dalam hukum konsumen adalah mengenai hal yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan barang dan/atau jasa.¹⁹

Hukum konsumen lebih berperan dalam hubungan dan masalah konsumen yang kondisi para pihaknya berimbang dalam kedudukan sosial ekonomi, daya saing, maupun tingkat pendidikan. Rasionalitas adalah sekalipun tidak selalu tepat bagi mereka yang berkedudukan seimbang demikian, maka mereka masing-masing lebih mampu mempertahankan dan menegakkan hak-hak mereka yang sah. Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang.²⁰

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 diterangkan sejumlah hak dari konsumen dan kepastian hukumnya. Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Menerangkan bahwa seorang konsumen berhak atas delapan hak sebagai berikut:

¹⁹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004, hlm. 35.

²⁰ *Ibid*, hlm. 23.

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan Upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Kewajiban konsumen tertuang pada Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai kewajiban yang harus dipenuhi oleh konsumen dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa. Dalam ketentuan tersebut ditegaskan bahwa konsumen wajib membaca atau mengikuti petunjuk informasi serta prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa guna menjamin keamanan dan keselamatan dalam penggunaannya. Selain itu, konsumen juga diwajibkan untuk beriktikad baik dalam setiap proses transaksi pembelian, termasuk bersikap jujur dan tidak merugikan pihak pelaku usaha. Konsumen berkewajiban membayar barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati bersama, serta mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut apabila terjadi perselisihan. Ketentuan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya memberikan hak kepada konsumen, tetapi juga menuntut adanya tanggung jawab dan kepatuhan konsumen dalam kegiatan transaksi.

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Aturan yang terdapat dalam pengaturan dalam perlindungan konsumen ada lima asas perlindungan konsumen yang ditetapkan UUPK

(Pasal 2) yakni “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum” Asas-asas tersebut meliputi yakni:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam

menyelenggarakan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.²¹

Asas keseimbangan dikelompokkan ke dalam asas keadilan. Mengingat hakikat keseimbangan juga keadilan untuk kepentingan masing-masing pihak, konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, maka kepentingan pemerintah dalam hubungan ini adalah dalam perdagangan. pelaku usaha dan konsumen yang tidak terlihat. Kepentingan pemerintah untuk mewakili kepentingan umum, yang tidak ada secara langsung antara para pihak, tetapi ada melalui berbagai pembatasan dalam bentuk kebijakan yang dituangkan dalam peraturan perundang-undangan yang berbeda.

Asas-asas perlindungan, tersebut di atas, dipadankan dengan tujuan perlindungan konsumen. Pasal 3 UUPK menetapkan 6 tujuan perlindungan konsumen, yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negative pemakaian barang dan/atau jasa
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung

²¹ N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005, hlm. 82.

unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
6. Meningkatkan kualitas barang/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.

C. Pengertian *E-Commerce Facebook*

Elektronik commerce atau disingkat dengan *e-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service provider*, dan perdagangan perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*), yaitu *e commerce* yang sudah meliputi semua kegiatan komersial.²²

²² Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik (Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia)*, Bandung: Nusa Media, 2017, hlm. 11.

Menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi menggambarkan *e-commerce* sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui *e-mail* atau bisa melalui *world wib web*.²³

Salah satu *marketplace* yang berkembang pesat adalah *marketplace facebook*, yang merupakan inovasi dari fitur grup jual beli di facebook. *Facebook* sebagai platform media sosial menyadari tingginya aktivitas perdagangan dalam grup komunitasnya, sehingga mengembangkan fitur khusus untuk mengakomodasi transaksi tersebut. Sejak diluncurkan pertama kali pada tahun 2007, *marketplace facebook* terus mengalami perkembangan signifikan, terutama dalam hal fitur dan kemudahan penggunaan. Pada tahun 2016, *facebook* memperbarui *marketplace*-nya dengan tampilan dan sistem yang lebih optimal, sehingga semakin menarik perhatian pengguna.²⁴

Seiring berjalannya waktu, popularitas *marketplace facebook* terus meningkat, terutama sejak tahun 2018 ketika jumlah pengguna aktifnya semakin bertambah. Keunggulan utama dari fitur ini adalah kemampuannya dalam menampilkan berbagai produk berdasarkan lokasi pengguna. Saat mengakses *marketplace facebook*, pengguna dapat melihat beragam barang yang ditawarkan oleh penjual dalam radius tertentu dari lokasi mereka. Selain itu, tersedia opsi untuk mengatur jarak pencarian, memungkinkan pembeli

²³ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 2.

²⁴ Joko Riyanto dan Supriyanto, "Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook Dalam Pengembangan Dunia Bisnis," *Jurnal Media Informatika Budidarma* 4, no. 4, 2020, hlm, 6.

menemukan produk yang mereka butuhkan dengan lebih mudah di area sekitar.

Marketplace facebook merupakan salah satu platform yang memungkinkan pengguna untuk melakukan jual beli barang dan jasa secara online. Untuk mengakses fitur ini, pengguna harus memiliki akun *Facebook* aktif. Setelah login, pengguna dapat mengakses marketplace melalui aplikasi atau situs web *facebook* secara gratis dan mudah. Penjual dapat menawarkan barang atau jasa dengan membuat *listing* yang berisi foto, deskripsi, harga, lokasi, dan kategori produk. *Listing* merupakan iklan atau postingan penawaran barang atau jasa yang dibuat oleh penjual dan berisi informasi produk agar dapat dilihat serta dipertimbangkan oleh calon pembeli sebelum melakukan transaksi. Menariknya, *facebook* tidak mengenakan biaya untuk pembuatan *listing* ini, sehingga menjadi pilihan populer bagi banyak pengguna.

Metode pembayaran pada *marketplace facebook* dilakukan sepenuhnya di luar platform. Umumnya, pengguna menggunakan transfer bank, dompet digital, atau pembayaran tunai saat bertemu langsung (*Cash on Delivery*). Semua metode pembayaran ini disepakati oleh kedua belah pihak tanpa adanya sistem escrow atau perlindungan dana dari *facebook*. Proses pengiriman barang juga menjadi tanggung jawab penjual dan pembeli untuk mengaturnya. Biasanya, pengiriman dilakukan melalui jasa cukup dekat.

Meskipun memberikan kemudahan dalam transaksi, *marketplace facebook* memiliki keterbatasan dalam hal keamanan. *Facebook* hanya

menyediakan fitur pelaporan untuk aktivitas mencurigakan atau penipuan, tetapi tidak menjamin keamanan transaksi karena semua dilakukan di luar sistem platform. Selain itu, tidak adanya sistem ulasan atau rating pada *marketplace* membuat reputasi penjual dan pembeli sulit dinilai. Hal ini menyebabkan kepercayaan dalam transaksi hanya didasarkan pada pengalaman pribadi atau informasi tambahan yang diberikan oleh penjual.

Dalam melakukan proses jual beli di *Marketplace Facebook* tidak semuanya berjalan lancar. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa permasalahan seperti, pembeli yang melakukan pembatalan pemesanan dengan alasan berbagai macam padahal sebelumnya penjual dan pembeli telah melakukan transaksi yang sepakat, gambar yang diiklankan penjual tidak sesuai dengan barang aslinya, cacat barang yang tidak dijelaskan oleh penjual, dan harga yang tidak sesuai dengan harga pasar, produk/barang yang dijual di dalam *marketplace facebook* tidak semua produk/barang milik sendiri, tetapi hanya sebagai perantara yang mengiklankan produk/ barang Orang lain atau dikenal dengan istilah *dropshipper* sehingga kadang kala dalam proses transaksi jual beli menimbulkan permasalahan, harga produk/barang yang dijual tidak transparan, penjual dan pembeli tidak menggunakan identitas asli.

D. Teori Perjanjian Jual Beli

Perjanjian atau *Verbinten* mengandung pengertian suatu hubungan hukum kekayaan/harta benda antara dua orang atau lebih, yang memberi

kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi. Dari pengertian singkat tersebut di jumpai didalamnya beberapa unsur yang member wujud pengertian perjanjian, antara lain: hubungan hukum (*rechtsbetrekking*) yang menyangkut hukum kekayaan antara dua orang (*person*) atau lebih, yang member hak pada satu pihak dan kewajiban pada pihak lain tentang suatu prestasi.²⁵

Istilah perjanjian jual beli berasal dari terjemahan dari *contract of sale*. Perjanjian jual beli menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) diatur dalam pasal 1457 sampai dengan pasal 1540. Yang dimaksud dengan jual beli menurut pasal 1457 adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.²⁶ Dalam pasal 1458 yang berbunyi: Jual beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perjanjian jual beli adalah persetujuan di mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan kepada pembeli suatu barang sebagai milik dan menjaminnya pembeli mengikat diri untuk membayar harga yang diperjanjikan.

²⁵ Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1986, hlm. 6.

²⁶ Salim H.S, *HUKUM KONTRAK (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak)*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011, hlm. 48.

Setiap perjanjian agar secara sah mengikat bagi para pihakpihak yang mengadakan harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yang mana ini tertuang dalam ketentuan Pasal 1320 KUHPer, yaitu:

a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;

Dengan sepakat dimaksudkan bahwa para pihak yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju mengenai halhal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, juga dikehendaki oleh pihak yang lain. Cara menutarakan kehendak ini bisa bermacam-macam. Dapat dilakukan secara tegas atau secara diam-diam, dengan tertulis atau dengan tanda.

Jika suatu perjanjian dibuat oleh dua pihak yang tidak tinggal di kota yang sama dan percakapanpun tidak dilakukan secara lisan, tetapi dengan surat atau telegram, maka timbul pertanyaan, kapan saat terjadinya perjanjian itu. Untuk itu, dikenal beberapa teori-teori yaitu : teori pernyataan, teori pengiriman, teori pengetahuan dan teori penerimaan.²⁷

Menurut teori pernyataan, perjanjian telah ada pada saat telah ditulis surat jawaban penerimaan. Menurut teori pengiriman, perjanjian sudah tercipta pada saat surat jawaban penerimaan telah dikirimkan. Sedangkan menurut teori pengetahuan, saat terjadinya perjanjian itu tidak pada saat penawaran dan penerimaan itu dinyatakan, tetapi setelah kedua pihak itu mengetahui pernyataan

²⁷ Djaja S. Meliala, *Perkembangan Hukum Perdata Tantang Benda dan Hukum Perikatan*, Bandung: Nuansa Aulia, 2008, hlm. 92.

masing-masing. Jadi baru setelah pihak yang memberikan penawaran membaca surat atau telegram dari pihak yang memberikan penerimaan. Dan yang terakhir menurut teori penerimaan. Menurut teori penerimaan, saat lahirnya perjanjian, yaitu pada saat diterimanya surat jawaban. Tidak peduli apakah surat itu sudah dibaca atau belum.

Selanjutnya menurut pasal 1321 KUHPer, kata sepakat harus diberikan secara bebas, dalam arti tidak ada paksaan, penipuan dan kekhilafan. Jika ada unsure paksaan atau penipuan maka perjanjian menjadi batal. Sedangkan kekhilafan tidak mengakibatkan batalnya perjanjian, kecuali jika kekhilafan itu mengenai hakikat barang yang menjadi pokok perjanjian.

b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;

Unsur kedua adalah kecakapan untuk membuat suatu perikatan. Menurut pasal 1329 KUHPer: setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap.

Menurut pasal 1330 KUHPer, yang tidak cakap untuk membuat perjanjian ada tiga golongan, yaitu:

- 1) Anak yang belum dewasa
- 2) Orang yang berada dibawah pengampuan
- 3) Perempuan bersuami

Sekarang ini, setelah dikeluarkannya Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 3/1963 dan setelah berlakunya Undangundang

Perkawinan Nomor 1/1974, tinggal dua golongan yang tidak cakap membuat perikatan, yaitu anak yang belum dewasa dan orang yang berada di bawah pengampuan.

c. Suatu hal tertentu;

Mengenai suatu hal tertentu maksudnya ialah bahwa objek perjanjian harus tertentu, setidaknya-tidaknya harus dapat ditentukan. Dan, barang-barang yang akan ada di kemudian hari pun dapat menjadi obyek suatu perjanjian.

d. Suatu sebab yang halal.

Keempat ialah sebab yang halal. Pengertian sebab yang halal ialah bukan hal yang menyebabkan perjanjian, tetapi isi perjanjian itu sendiri. Isi perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, maupun ketertiban umum.



BAB III

TINJAUAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK DI KOTA BANDA ACEH

A. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui *Marketplace Facebook* di Kota Banda Aceh

Perlindungan konsumen adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan hukum yang seimbang mengakibatkan konsumen berada pada kedudukan yang lemah. Perlindungan Konsumen merupakan segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang melindungi serta mengatur antara hubungan konsumen dengan masalah penyedia dan penggunaannya dalam lingkungan masyarakat.

Dalam pasal 4 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 menyebutkan bahwa hak-hak konsumen meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Selain itu, konsumen juga memiliki hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi,

perlindungan konsumen, serta upaya penyelesaian sengketa secara adil, serta hak untuk mendapatkan pembinaan dan Pendidikan konsumen.

Dari penjelasan diatas, diketahui bahwa Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan jaminan hukum atas hak hak konsumen dalam bertransaksi. Hak-hak tersebut mencakup aspek keamanan, kenyamanan, informasi yang jujur, serta kesempatan untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan penyelesaian sengketa secara adil.

Di sisi lain, perlindungan konsumen dalam *marketplace facebook* masih menghadapi berbagai tantangan, karena transaksi umumnya dilakukan langsung antara penjual dan pembeli tanpa pengawasan ketat dari platform. Beberapa permasalahan yang sering muncul berkaitan dengan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999, seperti hak atas keamanan dan keselamatan, hak atas informasi yang benar dan jujur, hak untuk mengajukan keluhan serta memperoleh penyelesaian sengketa, dan hak atas advokasi serta perlindungan. Konsumen sering kali tidak mendapatkan jaminan keamanan dalam transaksi, terutama karena tidak tersedianya sistem escrow atau perlindungan pembayaran seperti yang diterapkan di marketplace lainnya. Selain itu, maraknya kasus penipuan sering kali disebabkan oleh kurangnya transparansi informasi, misalnya barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau adanya praktik harga yang tidak wajar.

Penipuan dalam jual beli online melalui aplikasi *Facebook* atau media sosial lainnya semakin sering terjadi pada era digital saat ini, dengan banyak

bentuk penipuan yang terjadi, seperti penipuan uang atau barang. Penipu sering menggunakan akun palsu atau profil dengan identitas palsu untuk mempromosikan barang atau layanan, dan menipu pembeli dengan berbagai cara. Penipuan dalam jual beli online melalui *facebook* termasuk bentuk penipuan yang melibatkan pengiriman produk palsu atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi. Penipu sering sekali menawarkan barang dengan harga yang sangat murah yang hampir terlalu bagus untuk menjadi kenyataan, dan menggunakan gambar dari produk asli yang ditemukan di internet. Setelah pembeli membayar, penipu kemudian mengirimkan produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau bahkan produk palsu, atau bahkan tidak mengirimkan barang sama sekali.

Setiap bulan, lebih dari satu miliar pengguna melakukan aktivitas jual beli melalui Marketplace Facebook. Namun, platform ini juga berpotensi dimanfaatkan oleh oknum tidak bertanggung jawab untuk melakukan penipuan dan merugikan orang lain secara finansial.

Perbedaan karakteristik antara Tiktok shop dan Marketplace facebook dapat dilihat dari pola interaksi serta mekanisme transaksi yang diterapkan oleh masing-masing platform. Tiktok shop berkembang sebagai bentuk *social commerce* yang mengintegrasikan aktivitas media sosial dengan kegiatan perdagangan elektronik, sehingga proses promosi, komunikasi antara penjual dan konsumen, serta transaksi berlangsung dalam suatu ekosistem digital yang lebih terintegrasi. Sebaliknya, Marketplace facebook pada dasarnya berfungsi sebagai sarana yang mempertemukan penjual dan calon pembeli melalui media sosial,

sehingga hubungan transaksi dan berbagai aspek pelaksanaannya lebih banyak bergantung pada komunikasi serta kesepakatan langsung antara para pihak.

Marketplace facebook berbeda juga dengan *Tokopedia* atau *Shopee*, transaksi di *Marketplace Facebook* melibatkan lebih banyak interaksi langsung antara pembeli dan penjual melalui percakapan pribadi. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku penipuan untuk menipu korban, karena minimnya sistem pengawasan dan perlindungan yang ketat dari platform. Berikut merupakan bentuk-bentuk penipuan yang terjadi di *marketplace facebook*, antara lain:

- a. Penipuan dengan mengirimkan produk palsu atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Penipu akan menawarkan produk dengan harga yang sangat murah agar terlihat menarik bagi pembeli. Namun, ketika pembeli menerima produk tersebut, mereka akan menemukan bahwa produk tersebut tidak sesuai dengan deskripsi atau bahkan palsu;
- b. Penipuan dengan membuat akun palsu yang menawarkan produk dengan harga yang sangat murah. Penipu akan membuat akun palsu dengan foto dan nama palsu untuk menipu pembeli. Setelah pembeli melakukan pembayaran, penipu akan menghilang dan tidak memberikan produk yang telah dibeli. Ini adalah tindakan penipuan yang sangat merugikan karena pembeli kehilangan uang mereka dan tidak mendapatkan produk yang mereka beli;
- c. Penipuan dengan meminta pembeli untuk melakukan transfer uang muka terlebih dahulu, namun ketika barang dijanjikan tidak kunjung dikirim atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan;

- d. Menjual barang yang tidak berfungsi, salah satu penipuan marketplace Facebook yang sering terjadi adalah barang yang tidak berfungsi, seperti handphone, laptop, komputer, atau tablet yang tidak lagi bisa digunakan. Penjual tahu bahwa barangnya sudah rusak tetapi dia tidak ingin pembeli memeriksa barangnya sebelum menyerahkan uangnya.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Geunta yang beberapa kali menjadi konsumen di *marketplace facebook*. Wawan menggunakan *marketplace facebook* untuk mencari dan membeli berbagai jenis barang, dengan tahapan transaksi yang diawali dari pencarian barang, komunikasi antara penjual dan pembeli melalui fitur percakapan, hingga tercapainya kesepakatan para pihak. Berdasarkan hasil wawancara, Geunta menerangkan bahwa selama melakukan transaksi melalui *marketplace facebook* dirinya belum pernah menjadi korban penipuan. Hal tersebut karena ia menghindari penggunaan metode pembayaran melalui transfer bank dan lebih memilih menggunakan metode *Cash on Delivery* (COD) agar dapat memeriksa kesesuaian barang yang diterima sebelum melakukan pembayaran kepada penjual.²⁸

Sementara itu, Imam memiliki pengalaman yang berbeda dalam melakukan transaksi melalui *marketplace facebook*, ia menjadi korban penipuan saat hendak membeli laptop melalui *marketplace facebook*. Pelaku awalnya mengunggah foto laptop yang sebenarnya merupakan milik orang lain dengan cara mengambil tangkapan layar dari unggahan penjual asli dan mempostingnya kembali di akun pribadinya. Setelah korban menunjukkan minat untuk membeli,

²⁸ Geunta, konsumen dalam *marketplace facebook*, wawancara pada tanggal 01 Juli 2026.

pelaku segera menghubungi penjual asli dan berpura-pura ingin membeli laptop tersebut. Dengan cara ini, pelaku mengendalikan komunikasi antara korban dan penjual asli tanpa mereka sadari.²⁹

Dalam proses transaksi, pelaku menyarankan metode pembayaran melalui transfer bank dengan alasan bahwa laptop akan diantar oleh adiknya, serta mengklaim bahwa pembayaran tunai beresiko digunakan oleh sang adik. Meyakini keterangan tersebut, korban akhirnya mentransfer uang sebesar Rp5 juta rupiah ke rekening yang diberikan oleh pelaku. Namun, setelah transaksi berhasil, pelaku tidak lagi merespons pesan dari raihan. Kecurigaan muncul ketika laptop tersebut tidak pernah di antar ke alamat korban, imam sempat berupaya menelusuri identitas penjual dengan menghubungi toko yang identitasnya dicantumkan oleh pelaku dalam transaksi tersebut. Namun, berdasarkan keterangan pihak toko, mereka tidak mengenal maupun mengetahui orang yang mengatasnamakan toko tersebut. Pihak toko juga menegaskan bahwa mereka tidak pernah menawarkan ataupun menjual laptop melalui marketplace facebook.³⁰

Wawancara selanjutnya yakni dengan Raihan yang melakukan pembelian hijab di *marketplace facebook*, kasus bermula ketika korban melakukan pembelian baju dengan warna merah tetapi baju yang sampai malah berwarna lain, hal ini tentunya melanggar hak-hak konsumen yang telah diatur dalam UU perlindungan konsumen, dikarenakan marketplace facebook tidak menyediakan fitur *refund* pihak toko menawarkan pembelian kembali dengan memberikan

²⁹ Imam, konsumen dalam *marketplace facebook*, wawancara pada tanggal 02 Juli 2026.

³⁰ Imam, konsumen dalam *marketplace facebook*, wawancara pada tanggal 02 Juli 2026.

diskon sebesar 20% yang mana pembeli harus mengeluarkan uang kembali untuk membeli barang yang awalnya telah ia pesan.³¹

Berdasarkan beberapa kasus yang di atas, dapat dilihat bahwasanya fitur atau kebijakan *marketplace facebook* memerlukan perbaikan. Praktik penipuan ini menunjukkan adanya kelemahan dalam sistem perlindungan konsumen di ruang digital, baik dari segi pengawasan maupun penegakan hukum. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebetulnya telah mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, termasuk sanksi bagi pelanggaran yang terjadi. Namun, implementasi undang-undang ini dalam konteks transaksi digital masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal identifikasi pelaku dan mekanisme pengaduan yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, platform digital, serta masyarakat dalam menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih aman, transparan, dan adil bagi konsumen.

B. Kendala Dalam Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Marketplace Facebook

Hukum perlindungan konsumen bagi pembeli merupakan hal yang paling utama atau sangat penting dalam kegiatan jual beli, karena dapat memberikan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian-kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen. Dengan adanya hukum perlindungan konsumen, pembeli dapat mengetahui hak-haknya selaku konsumen dan juga kewajibannya selaku

³¹ Raihan, konsumen dalam *marketplace facebook*, wawancara pada tanggal 01 Juli 2026.

konsumen. Tidak hanya itu, pembeli juga dapat mengetahui kewajiban-kewajiban pelaku usaha selaku penjual.

Proses perlindungan konsumen pada kenyataannya mengalami berbagai hal yang menjadi faktor penghambat atau kendala-kendala selama mendapatkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian transaksi jual beli online. Kendala-kendala tersebut terjadi karena tindakan dari penjual yang merugikan konsumen atau pembeli, kendala tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:³²

1. Wanprestasi yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha

Wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha menjadi penyebab utama kendala dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *e-commerce*. Hal ini dikarenakan sikap ingkar janji oleh pelaku usaha yang tidak mengirimkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan. Selain itu seringkali pelaku usaha mengabaikan keluhan dari konsumen mengenai produknya, menyebabkan pengajuan retur barang atau pengembalian barang dari konsumen terpaksa berhenti tanpa adanya kejelasan dari pelaku usaha. Pelaku usaha yang terlebih dahulu telah mencantumkan syarat-syarat serta prosedur pengajuan komplain barang, tetap tidak menepati janjinya saat konsumen telah berusaha mengikuti prosedur tersebut. Pelaku usaha yang tidak menanggapi keluhan konsumen

³² Nurhafni, Akademisi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, wawancara pada tanggal 13 Juli 2026.

ini merupakan suatu perbuatan wanprestasi karena ketidakjelasan tindakannya dengan apa yang dijanjikannya di toko online miliknya.

2. Pelaku Usaha Yang Tidak Beritikad Baik Untuk Mengganti Kerugian Konsumen

Pelaku usaha tidak memiliki itikad baik untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat ulahnya. Berdasarkan hasil penelitian, alih-alih memberikan kompensasi dan ganti rugi kepada konsumen, pelaku usaha justru memberikan tanggapan menohok terhadap konsumen dan yang lebih parahnya lagi konsumen yang mengajukan keluhan diblokir oleh pelaku usaha.³³

Kemudian kendala perlindungan konsumen juga terjadi akibat dari perbuatan konsumen sendiri, berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan yang menjadi kendala atau faktor penghambat dalam hal perlindungan konsumen terhadap jual beli online adalah:

1. Kurangnya wawasan dan pengetahuan masyarakat terhadap Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA). Berdasarkan pasal 1 angka 11 Undang-Undang Perlindungan konsumen mengatur bahwa BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Apabila mengacu pada pengertian dari BPSK dapat dilihat bahwa yang dapat bersengketa di BPSK adalah pelaku usaha dan konsumen.

³³ Fhadil, Penjual dalam *marketplace facebook*, wawancara pada tanggal 03 Juli 2026.

Menurut Geunta salah seorang responden yang penulis wawancarai menyebutkan bahwa dia tidak mengetahui adanya lembaga seperti BPSK atau YAPKA tersebut dikarenakan kurangnya sosialisasi dari lembaga tersebut kepada masyarakat umum, begitu juga dengan Raihan yang juga tidak mengetahui keberadaan BPSK ini³⁴, sama halnya dengan Raihan responden yang penulis wawancarai juga tidak mengetahui adanya lembaga seperti BPSK ini.³⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA), hingga saat penelitian ini dilakukan, YAPKA belum pernah menerima pengaduan dari masyarakat yang berkaitan dengan sengketa atau permasalahan dalam transaksi jual beli secara online. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa belum terdapat laporan resmi yang diajukan kepada YAPKA mengenai kerugian konsumen akibat transaksi melalui platform digital. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor karena kurangnya pengetahuan konsumen mengenai mekanisme pengaduan yang tersedia.³⁶

2. Selanjutnya yang menjadi kendala dalam perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online adalah proses beracara di pengadilan yang tidak dimengerti oleh banyak orang, seperti Raihan, responden yang penulis wawancarai, mengatakan bahwa ia tidak mengerti prosedur di pengadilan dan beranggapan bahwa untuk menyelesaikan masalah jual beli online baju

³⁴ Geunta, konsumen dalam *marketplace facebook*, wawancara pada tanggal 01 Juli 2026.

³⁵ Raihan, konsumen dalam *marketplace facebook*, wawancara pada tanggal 01 Juli 2026.

³⁶ Fahmiwati, Ketua Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA), wawancara pada tanggal 08 Juli 2026.

tersebut tidak perlu sampai dibawa ke pengadilan hal serupa disampaikan oleh responden lainnya yaitu Raihan yang menyebutkan bahwa untuk perkara seperti ini tidak perlu dibawa ke pengadilan karena menurutnya biaya pengurusan yang diperlukan di pengadilan lebih besar dari pada kerugian yang dia dapatkan di jual beli online tersebut.³⁷

3. Sikap kurang peduli konsumen terhadap permasalahan yang terjadi antara dirinya dengan pelaku usaha mengenai produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi ini, menjadi salah satu kendala dalam memperoleh perlindungan konsumen. Konsumen yang menganggap permasalahan ini merupakan masalah kecil yang tidak perlu dibesar-besarkan menyebabkan masalah ini selesai begitu saja. Tanpa adanya pertanggungjawaban dari pihak yang merugikan. Hal ini tentu saja menjadi masalah lain, karena dengan begitu kecil kemungkinan aturan hukum mengenai perlindungan konsumen dapat diterapkan sebagaimana mestinya. Kemudian dari sisi pihak yang merugikan yang dalam hal ini pelaku usaha, tidak jera dan tidak akan pernah sadar bahwa apa yang dilakukannya adalah perbuatan yang bertentangan dengan hukum. Hingga dikemudian hari ia tetap melakukan kesalahan yang sama, dan tidak berbenah diri karena berpikir konsumen akan selalu diam dan menerima saja.³⁸

Sesuai dengan yang telah dijelaskan penulis sebelumnya dalam melakukan transaksi jual beli online tentu antara pelaku usaha dan konsumen tidak bertatap muka satu sama lain, sehingga dalam melakukan perjanjian atau kontrak

³⁷ Raihan, konsumen dalam *marketplace facebook*, wawancara pada tanggal 01 Juli 2026.

³⁸ Fahmiwati, Ketua Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA), wawancara pada tanggal 08 Juli 2026.

elektronik. Hubungan hukum yang terbentuk dari kontrak telah sesuai dengan yang sepakati kedua belah pihak maka telah selesai hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Namun jika kontrak yang telah disepakati tidak sesuai dan melanggar isi kontrak maka akan timbulah masalah, permasalahan ini biasanya timbul dari konsumen yang tidak puas dengan barang yang dia terima, pelayanan penjual maupun lambatnya pengiriman dan permasalahan lain menurut konsumen merasa tidak puas, permasalahan atau sengketa yang timbul dari konsumen ini biasanya disebut sengketa konsumen.

Sebagian besar konsumen tidak mengetahui bahwa adanya aturan hukum yang berisikan hak-hak konsumen, yang mengakibatkan mereka buta terhadap aturan yang berlaku. Konsumen mengakui bahwa rendahnya pengetahuan mereka mengenai aturan hukum yang berlaku menyebabkan mereka menjadi diam saja, atau lebih memilih untuk tidak memperpanjang masalah yang terjadi dengan pelaku usaha. Sikap yang dipilih hanya berusaha memaafkan dan menerima wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Meski ada pula konsumen yang mengajukan keluhan atau komplain terhadap pelaku usaha, namun tetap memilih untuk tidak melanjutkan permasalahan tersebut karena melihat pelaku usaha yang tidak responsif dan tidak menanggapi keluhan dari konsumen. Maka langkah aman yang dipilih oleh konsumen ialah untuk menerima saja dengan lapang dada barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan oleh si pelaku usaha.

Aturan hukum yang berlaku dalam perlindungan konsumen tetap diberlakukan apabila adanya gugatan yang dilayangkan oleh konsumen terhadap pelaku usaha, karena permasalahan ini dapat diselesaikan secara perdata.

Konsumen dalam hal ini selain dilindungi oleh UU Perlindungan Konsumen, juga dilindungi oleh Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Informasi Elektronik yang berubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan juga Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

C. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Marketplace Facebook

Upaya perlindungan terhadap konsumen dapat dilakukan melalui dua cara yaitu secara preventif maupun represif. Segala bentuk kecurangan terhadap konsumen dipandang dari sudut manapun harus diberantas dan tidak boleh dibiarkan terus terjadi, karena dapat mengganggu kesejahteraan dan keamanan konsumen. Namun pada kenyataannya, untuk melenyapkan atau membuat kejahatan tidak terjadi lagi hanya menjadi khayalan belaka, sebab selama masih ada manusia sebagai makhluk sosial yang mempunyai kepentingan yang berbeda-beda, maka selama itu juga segala bentuk kejahatan akan selalu ada.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu fahmiwati, upaya-upaya yang dilakukan untuk mencegah terjadinya wanprestasi atau penipuan terhadap konsumen yang dilakukan oleh penjual adalah:³⁹

1. Upaya Pencegahan

³⁹ Fahmiwati, Ketua Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA), wawancara pada tanggal 08 Juli 2026.

Dalam upaya pencegahan yang di tekankan adalah menghilangkan kesempatan untuk dilakukannya kejahatan dalam transaksi jual beli melalui *marketplace facebook*. Upaya pencegahan bertujuan agar kejahatan dapat di kurangi. Melalui upaya yang bersifat pencegahan upaya ini meliputi bidang-bidang yang sangat luas diseluruh sektor kebijakan sosial yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi sosial tertentu yang secara tidak langsung mempengaruhi pencegahan terhadap kejahatan yang terjadi di masyarakat.

Upaya-upaya yang dilakukan untuk perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *marketplace facebook* adalah.

- a. Memberikan pengetahuan melalui penyuluhan hukum terhadap hal-hal yang harus dilakukan agar konsumen terhindar dari wanprestasi atau penipuan. Kegiatan ini melibatkan seluruh masyarakat dan tokoh-tokoh masyarakat. Penyuluhan ini dilaksanakan pada sekolah-sekolah dan tempat-tempat umum dalam rangka memberikan pengetahuan kepada masyarakat agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli online;
- b. Melalui sosialisasi ataupun pemberitaan melalui berbagai media baik itu visual ataupun cetak dalam bentuk iklan layanan sosial ataupun himbauan yang terpasang diberbagai ruas jalan; dan
- c. Upaya pencegahan berikutnya adalah melalui koordinasi dengan lembaga pemerintah dan non pemerintah serta pihak lain dalam rangka penegakan Undang-Undang, disamping itu dilakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga sosial.

Upaya-upaya di atas sudah cukup efektif. Tindakan-tindakan di atas paling tidak dapat memberikan pengertian tentang berbagai pemahaman kepada setiap warga masyarakat untuk lebih waspada dalam transaksi jual beli melalui *marketplace facebook* dikarenakan setiap orang mempunyai potensi untuk menjadi korban.

Selain itu upaya-upaya diatas juga memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa setiap perbuatan wanprestasi atau penipuan mempunyai sanksi tegas kepada setiap pelakunya. Jadi tidak hanya menghimbau masyarakat untuk berhati-hati tetapi upaya-upaya diatas juga mengajak masyarakat untuk bertindak sesuai dengan aturan dan norma-norma yang berlaku.

2. Upaya Penyelesaian

YAPKA memiliki peran dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen melalui pemberian konsultasi, pendampingan dan fasilitasi penyelesaian sengketa secara non litigasi, tetapi tidak bertindak sebagai lembaga yang berwenang memutus sengketa konsumen, karena hal tersebut merupakan fungsi dari BPSK atau pengadilan.⁴⁰

Berdasarkan Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, YAPKA sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) memiliki tugas sebagai berikut:

⁴⁰ Fahmiwati, Ketua Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA), wawancara pada tanggal 08 Juli 2026.

- a. Menyebarkan informasi kepada konsumen;
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen;
- c. Melakukan mediasi;
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan; dan
- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintahan dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Meskipun YAPKA dapat memfasilitasi penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi atau bentuk penyelesaian nonlitigasi lainnya, YAPKA tidak memiliki kewenangan dalam mengeluarkan keputusan yang bersifat mengikat. Oleh karena itu, apabila upaya penyelesaian sengketa yang sudah difasilitasi tidak menemukan kata sepakat, maka sengketa tersebut akan diselesaikan melalui BPKS atau mengajukan gugatan ke Pengadilan.

Menurut pasal 45 Undang-Undang Perlindungan konsumen, penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela pihak yang bersengketa, penyelesaian sengketa juga dapat dilakukan di luar pengadilan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Suatu sengketa konsumen berdasarkan UUPK dapat diselesaikan dengan 2 cara yaitu :

- a. Pengadilan

Setiap konsumen yang dirugikan atau terlibat pada suatu sengketa dapat menyelesaikan sengketanya melalui lembaga peradilan umum. Penyelesaian sengketa terhadap konsumen melalui

pengadilan ini merujuk pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan pasal 45 UUPK.

- b. Penyelesaian sengketa konsumen dapat juga dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Peran dari BPSK adalah menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, bagi konsumen yang merasa hak-haknya telah dirugikan dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen ke sekretariat BPSK.

YAPKA juga memiliki peran dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen, tetapi tidak bertindak sebagai lembaga yang berwenang memutus sengketa konsumen, karena hal tersebut merupakan fungsi dari BPSK atau pengadilan.⁴¹

1. Melalui konsiliasi

Konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa dan penyelesaiannya di serahkan kepada para pihak. Konsiliasi merupakan salah satu pilihan dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang berada di luar pengadilan yang sebagai perantaranya adalah BPSK.

2. Mediasi

Mediasi merupakan suatu proses penyelesaian sengketa konsumen yang berada diluar pengadilan dengan perantaranya BPSK yang dimana

⁴¹ Fahmiwati, Ketua Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA), wawancara pada tanggal 08 Juli 2026.

hanya sebagai penasehat dan penyelesaiannya diserahkan kepada pihak yang bersengkata. Penyelesaian bersengkata ini yang dimana inisiatifnya datang dari satu pihak atau para pihak dengan didampingi oleh majelis BPSK sebagai mediator atau perantara yang bersifat aktif. Bedanya dengan cara konsiliasi, yang dimana majelis BPSK sebagai perantara bersifat pasif.

7. Arbitrase

Penyelesaian sengketa konsumen dimana para pihak memberikan sepenuhnya kepada majelis BPSK untuk memutuskan dan menyelesaikan sengketa yang terjadi.

Ketiga cara penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana disebutkan diatas yang didasarkan oleh pilihan dan persetujuan para pihak yang bersengketa dan bukan proses penyelesaian sengketa secara berjenjang.

Selain itu, di dalam Undang-Undang perlindungan konsumen tersebut juga mengatur tentang hak-hak konsumen.

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa;

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan;

Berdasarkan uraian tersebut, perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara online dalam *marketplace facebook* pada dasarnya tidak hanya bergantung pada ketentuan hukum dan peran pemerintah, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kehati-hatian konsumen itu sendiri. Sebelum melakukan pembelian, konsumen perlu memastikan kredibilitas penjual dengan memeriksa identitas, reputasi, ulasan dari pembeli sebelumnya, serta memastikan bahwa penjual merupakan toko atau akun yang terpercaya (*trusted seller*). Sikap cermat dan teliti dalam melakukan pengecekan sebelum bertransaksi menjadi langkah

preventif yang efektif untuk meminimalkan risiko penipuan maupun kerugian, sehingga hak-hak konsumen dapat terlindungi secara optimal.⁴²



⁴² Nurhafni, Akademisi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, wawancara pada tanggal 13 Juli 2026.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dari bab hasil penelitian maka penulis dapat menarik sebuah kesimpulan, sebagai berikut:

1. Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online melalui *marketplace facebook* masih perlu dibenahi lagi. Pada dasarnya, belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan terhadap tindakan yang merugikan konsumen pada jual beli online melalui *marketplace facebook* dalam transaksi *e-commerce*. Selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam *e-commerce* dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen karena pelaku usaha sulit dijangkau. Sedangkan peraturan yang digunakan untuk mengatur mengenai transaksi *e-commerce* adalah Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik, namun dalam undang-undang ini, tidak ada ketentuan yang secara khusus mengatur tentang perlindungan konsumen terhadap tindakan curang penjual, sehingga dapat dibuat suatu ketentuan dalam undang-undang ini mengenai perlindungan konsumen terhadap jual beli online melalui *marketplace facebook*.

2. kendala dalam perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui Marketplace Facebook terutama disebabkan oleh masih adanya tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh penjual, seperti tidak mengirimkan barang, mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan, atau tidak memenuhi kewajiban lainnya. Di sisi lain, rendahnya pemahaman konsumen mengenai hak-haknya sebagai konsumen juga menjadi faktor yang menghambat terwujudnya perlindungan hukum secara efektif, karena banyak konsumen yang tidak mengetahui langkah-langkah yang dapat ditempuh ketika mengalami kerugian. Oleh karena itu, keberhasilan perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada adanya peraturan perundang-undangan, tetapi juga pada itikad baik pelaku usaha serta meningkatnya kesadaran dan pemahaman konsumen terhadap hak dan kewajibannya dalam bertransaksi secara elektronik.
3. Upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui Marketplace Facebook pada dasarnya dilakukan melalui dua cara, yaitu upaya pencegahan dan upaya penyelesaian sengketa. Upaya pencegahan dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat guna meningkatkan pemahaman konsumen mengenai hak dan kewajibannya serta mendorong pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dengan itikad baik. Sementara itu, apabila terjadi sengketa, penyelesaiannya dapat ditempuh melalui mediasi yang difasilitasi oleh Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA), penyelesaian melalui

arbitrase, maupun melalui jalur litigasi di pengadilan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

B. Saran

Saran yang dapat penulis kemukakan berdasarkan hasil pembahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi *facebook*, *facebook* sebagai penyedia platform perlu meningkatkan fitur perlindungan konsumen dengan menyediakan sistem rating dan ulasan untuk penjual, serta memperketat verifikasi identitas guna mengurangi risiko penipuan. Selain itu, *facebook* dapat mengembangkan sistem *escrow* atau jaminan transaksi yang memastikan dana hanya diberikan kepada penjual setelah barang diterima oleh pembeli. Dengan adanya mekanisme perlindungan ini, kepercayaan pengguna terhadap *marketplace facebook* akan meningkat dan transaksi dapat berlangsung lebih adil dan aman.
2. Bagi konsumen pengguna *marketplace facebook* sebaiknya lebih berhati-hati dalam bertransaksi dengan memastikan informasi produk dan penjual sebelum melakukan pembayaran. Berkomunikasi secara jelas dengan penjual, meminta bukti keaslian barang, serta memilih metode pembayaran yang lebih aman, seperti sistem rekening bersama (*escrow*) jika memungkinkan. Selain itu, konsumen juga perlu meningkatkan literasi digital dan memahami hak-hak mereka sebagai konsumen agar dapat lebih waspada terhadap potensi penipuan.

3. Bagi Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA) diharapkan dapat lebih meningkatkan upaya sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi jual beli melalui Marketplace Facebook. Sosialisasi tersebut perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui berbagai media dan kerja sama dengan pemerintah, akademisi, maupun komunitas masyarakat agar kesadaran hukum konsumen semakin meningkat, sehingga masyarakat mampu melakukan transaksi secara lebih aman, memahami mekanisme penyelesaian sengketa, serta mengurangi risiko menjadi korban praktik perdagangan yang merugikan.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

- Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik (Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia)*, Nusa Media, Bandung, 2017.
- Bambang Sunggono. *Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013.
- Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta, 2004.
- Djaja S. Meliala, *Perkembangan Hukum Perdata Tantang Benda dan Hukum Perikatan*, Nuansa Aulia, Bandung, 2008.
- M. Hapjon Philipus, *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987.
- Muchsin dan Fadillah Putra. *Hukum dan Kebijakan Publik*. Averroes Press, Surabaya, 2002.
- Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2023.
- N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei, Jakarta, 2005.
- Nasution Az, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, Penerbit Diadit Media, Jakarta, 2004.
- Nuktoh Arfawie Kurdi, *Telaah Kritis Teori Negara Hukum*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 2005.
- Nur Solikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Qiaran Media, Pasuruan, 2019.
- Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.
- S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2011.
- Salim H.S, *HUKUM KONTRAK (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak)*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2004.
- Soedjono Dirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2018.

Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum: Sebuah Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 2003.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, Alfabeta, Bandung, 2008.

Soekanto dan Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Press, Jakarta, 2013.

Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1986.

B. Peraturan Perundangan-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

C. Hasil Penelitian dan Jurnal

Aswanto, "Pertanggungjawaban Medis Terhadap Terjadinya Abortus Provokatus Criminalis", *Penelitian Hukum*, Vol. 1, No. 3, 2012.

Hetty Hasanah, "Perlindungan Konsumen dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen atas Kendaraan Bermotor dengan Fidusia", *Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)*, Vol. 3, No. 1, 2004.

Joko Riyanto dan Supriyanto, "Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook Dalam Pengembangan Dunia Bisnis," *Jurnal Media Informatika Budidarma* 4, no. 4, 2020.

Roberto Ranto, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik," *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA* 2, no. 2, 2019.

Setiono, *Rule of Law*, Surakarta: Disertasi S2 Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, 2004, hlm. 3.

LAMPIRAN



Foto Bersama Fahmiwati, Kepala Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh (YAPKA), *Wawancara* Tanggal 08 Juli 2026 Jam 14.30 WIB



Foto Bersama Nurhafni, Akademisi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, *Wawancara* Tanggal 13 Juli 2026 Jam 17.00 WIB



Foto Bersama Geunta, Konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace facebook*, Wawancara Tanggal 01 Juli 2026 Jam 15.00 WIB



Foto Bersama Raihan, Konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace facebook*, Wawancara Tanggal 01 Juli 2026 Jam 20.00 WIB



BYOND
by 441

✓ **Transaksi Berhasil**
22 Apr 2026 • 23:14:59

Nominal Top Up	Rp 5.000.000
Rekening Sumber	Imam Munazar BSI • *****9108
Pembelian	DANA
Nomor Handphone	085361992885
Nama Pelanggan	DNI* AHM**XX
Transactions ID	20260827101214810301001 66781376579792
Nominal Top Up	Rp 5.000.000
Biaya Admin	Rp 500
Total	Rp 5.000.500
Nama Transaksi	FT26240TDC4
Nomor Struk	202608272314532300976 77
Terminal	*****0421

Terima kasih telah menggunakan layanan BYOND. Semoga layanan kami mendatangkan berkah bagi kamu.

Foto Bersama Imam, Konsumen dalam transaksi jual beli melalui *marketplace facebook*, Wawancara Tanggal 02 Juli 2026 Jam 16.00 WIB dan bukti transaksi jual beli yang dilakukan Imam.



Foto Bersama Fhadil, Penjual dalam transaksi jual beli melalui *marketplace facebook*, Wawancara Tanggal 03 Juli 2026 Jam 19.30 WIB